

Не требует доказательств то, что возможности краудфандинга появились и расширились с повсеместным распространением сети Интернет, где группы по интересам, а также заинтересованные и осведомленные пользователи узнают информацию и могут своими личными средствами «голосовать» за тот или иной проект.

Если говорить о стандартных кинозалах и массовом зрителе, то здесь уместна модель, согласно которой зрители «голосуют ногами» за ту или иную кинокартину, посещая киносеанс или игнорируя выход фильма в прокат.

Итак, мы рассмотрели различные существующие сегодня технологии просмотра фильма, некоторые из которых могут подразумевать участие зрителя в процессе кинопроизводства.

Если говорить о современном кино, то компьютерные технологии на данный момент охватили всю сферу кинопроизводства. Фильмы снимаются на цифровые камеры, обрабатываются при помощи компьютерных технологий, которые в итоге непосредственно и рекламируют фильм, увеличивают интерес к нему, также как и стоимость фильма. В данном случае речь идет о 3D-технологиях съемки и кинопоказа.

Наибольшим успехом пользуются те фильмы, в производстве которых задействованы все существующие новейшие технологии.

Итак, мы видим, что как в воображении режиссера конструируются сцены фильма, посредством наращивания на существующие структуры окружающего материального мира элементов, относящихся к художественному миру фильма, так и современные технологии позволяют сделать этот процесс более осязаемым, по крайней мере, наблюдаемым. Моделирование цифровых персонажей, достраивание элементов пейзажа, фона и другие специфические компьютерные операции при создании фильма – позволяют сконструировать цельный мир фильма и сделать его доступным широкой массе зрителей.

МЕДИА И ФИЛОСОФИЯ: ПОИСК ПРОБЛЕМ

С. В. Чекулаев

Философия и человек шагают рука об руку на протяжении всей сознательной истории самого человечества. Сама философия предстает некой квинтэссенцией человеческого бытия, конгломератом всей его многоликой духовной деятельности. В некотором смысле можно взять на себя большую ответственность и назвать философию итогом человеческого существования в этом сложном и противоречивом мире. Следует отметить, что в разные периоды истории она могла выступать в качестве помощника, в ней была

прямая необходимость, без нее нельзя было обойтись. Бывали и периоды, когда философию отправляли на задворки социокультурной деятельности человека, ссылаясь на ее бессмысленность, беспредметность, обвиняя ее в ложных спекуляциях, которые ни к чему не приводят. Но в нынешний период люди все чаще обращаются к ней, зачастую сами того не замечая. Редкий человек не задумывается о смысле жизни, о своем месте в этом мире, о том, где и как искать истину и многом другом. Можно сказать, что обыватели бросают вызов философии, задавая ей сложнейшие, иногда неразрешимые вопросы, терзающие их самих. И не находя в ней прямых ответов, разочаровываются ей. В то же время сама философия дает «пищу» науке, которая некогда отказалась от нее. Многие сложнейшие проблемы современного научного знания взяты с помощью того самого незамысловатого «философствования», желая постичь суть всего. Тем самым хочется отметить и подчеркнуть, что философия, несмотря на ее таинственность, несмотря на ее неоднозначную роль в бытии человека, является чем-то крайне важным для него самого, от чего он окончательно не решается и не может избавиться.

В русле данного рассуждения в качестве примера хотелось бы обратить внимания на важность так называемого «философствования» в современном исследовании медиасреды. Другими словами, с помощью философии исследователи подбираются к рассмотрению и выявлению проблем, назревших в социальности, с которыми необходимо справиться. Итак, далее речь пойдет о неоднозначном и сложном характере и роли СМИ в формировании и конструировании социального пространства, о его роли в становлении и утверждении смыслов. Философствуя, рассуждая, обращаясь к фундаментальным мыслителям, зачастую удается подойти к рассмотрению тех или иных проблем под довольно интересным углом. Данное видение ситуации может подсказать ключ к решению, но сама философия, за довольно редким исключением, довольно редко отвечает вопросы. Простыми словами, философия анализирует проблемные зоны, а затем задает определенные вопросы, на которые «прикладные» дисциплины и науки уже умело отвечают.

Итак, приступим к рассмотрению проблемы. Обратимся к этому с помощью философствования.

Обозначим необходимые термины, с помощью которых попытаемся дать анализ ситуации. В первую очередь речь пойдет о габитусе и социальном пространстве, о медиасреде и тех механизмах, посредством которых СМИ реализуют конструирование социальности и всех социальных процессов, происходящих в ней.

Прежде чем говорить о формировании и конструировании социального пространства, необходимо определиться с тем, что понимается под социальным пространством. К данному понятию

попытаемся подойти через определение габитуса. В частности, интересна идея Пьера Бурдьё. Он предположил, что габитус есть «система приобретенных схем, действующих на практике как категории восприятия и оценивания или как принцип распределения по классам, в то же время как организационный принцип действия»⁵¹². Габитус есть некий продукт, который производит и воспроизводит индивидуальные и коллективные практики. Габитус привносит прошлый опыт в настоящее людей. Используя прошлое, он использует «проверенные» практики, схемы, которые позволяют человеку ориентироваться в пространстве, задают человеку определенные модели поведения в разных ситуациях. Также габитус обладает определенным «фильтром», который допускает к человеку ту информацию, которая соответствует его «личным предпочтениями». Габитус реализуется в социальном пространстве.

Теперь необходимо дать характеристику социальному пространству. Зачастую под данным понятием понимают некую форму существования общественного бытия, которая представляет собой определенную совокупность социальных условий. Социальное пространство переплетено с физическим, оно нераздельно с ним связано. Данное есть реальность, которая существует в «представлениях, схемах мышления и поведения, как символическая матрица практической деятельности, поведения, мышления, эмоциональных оценок и суждений социальных агентов»⁵¹³. Социальное пространство — многомерное пространство социальных процессов, социальных отношений, социальных практик, социальных позиций и социальных полей, функционально взаимосвязанных между собой. Итак, имеется некая реальность социального бытия, в которой реализуются определенные модели поведения людей, схемы восприятия и реагирования на те или иные события. Также в социальном пространстве присутствуют те или иные смыслы, выражаемые габитусом.

Обратимся к определению медиасреды, которое выводит Н. Кириллова: медиасреда — «это совокупность условий, в контексте которых функционирует медиакультура, то есть сфера, которая через посредничество массовых коммуникаций связывает человека с окружающим миром, информирует, развлекает, пропагандирует те или иные нравственно-эстетические ценности, оказывает идеологическое, экономическое или организационное воздействие на оценки, мнения и поведение людей»⁵¹⁴. Добавим, что плотно

⁵¹² Громов И. А., Мацкевич И. А., Семёнов В. А. Западная социология. СПб.: Изд-во ДНК, 2003. С. 531.

⁵¹³ Ширшова И. Основные понятия концепции Пьера Бурдьё // Альманах «Восток». Ноябрь 2004. №11 (23).

⁵¹⁴ Кузьмин А. М. Категория «медиасреда» и ее содержание на современном этапе развития общества // Медиаскоп. 2011. №1.

медиасреды соткано из бесчисленного количества коммуникаций, а коммуникации, в свою очередь, представляют собой «тип взаимодействия между людьми, предполагающий информационный обмен»⁵¹⁵. Более того, в современном мире медиасреда есть неотъемлемая часть социального пространства.

СМИ представляет собой важную и фундаментальную часть медиасреды, которая пронизывает все социальное пространство. В современном мире социальное пространство во многом состоит из продуктов медиа. В дополнение к этому скажем, что наша повседневность целиком и полностью окутана информационными потоками, льющимися отовсюду. Иначе говоря, люди не обходятся без интернета, средств связи в виде мобильных телефонов, планшетов и т. п., «вследствие чего человек оказывается включенным во множество сменяющих друг друга потоков информации, несущих не просто разнородное, но и по большей части противоречивое и конфликтное по смыслу содержание»⁵¹⁶.

В определенном смысле СМИ при нынешних технических условиях выступает в качестве некоего механизма, с помощью которого происходит тиражирование смыслов в социальное пространство, что порождает «заражение» габитуса.

Если говорить кратко, то репрезентация фактов в СМИ – это конструирование определенной, заранее продуманной схемы-концепта, которым начинают бомбардировать слушателя. Недаром деятельность журналиста есть по своему существу, к примеру, создание новостного «сюжета». А ведь что представляет собою сюжет? Сюжет – это определенный, заданный ряд событий, происходящих где-либо и выстроенных для воспринимающего по определенным правилам.

Современный медийный оксюморон есть не что иное, как ситуация создания и поддержания «гула коммуникаций», в котором довольно сложно проследить истинное положение дел. Несмотря на репрезентацию именно фактов, произошедших в мире, преподнесение их конечному слушателю выливается в смутный, а зачастую и гиперреальный выброс того или иного новостного клипа. Медиасреда есть поле эклектики, поле сосредоточения противоположных, противоречащих друг другу смыслов. С помощью нынешних технологий информация легко копируется, наращивается, видоизменяется, что может способствовать размыванию смыслов. Размывание «смысловой «подосновы» коммуникации и есть гул коммуникаций»⁵¹⁷.

Нужно отметить, что каждое событие несет в себе определенный и неповторимый смысл. Продуктами СМИ являются репрезентации

⁵¹⁵ Кемеров В. Е. Современный философский словарь. 2-ое изд. М.: ПАНПРИНТ, 1998. С. 414.

⁵¹⁶ Азаренко С. А. Топологии сообщества. Казань: Познание, 2014. С. 157.

⁵¹⁷ Там же. С. 8.

произошедших событий, которые выливаются в новостные клипы, статьи, репортажи. Подлинная и чистая репрезентация события есть объективное освещение случившегося, без привнесения в него каких-либо иных смыслов, переполненных эмоциональностью, апеллирующий к мнимому сопереживанию, попытками соединить событие с другими событиями, которые не имеют прямого отношения к нему, которые искажают его в необходимой для конструктора форме. Именно этим СМИ формируют социальное пространство, в котором присутствие смысла необходимо, но истинность того или иного смысла не имеет значения. Здесь возникает вопрос: возможен ли вообще предикат истинности по отношению к продуктам СМИ?

Посыл СМИ в виде разнородных, зачастую противоречивых смыслов порождает безумство непонимания в головах людей. Можно предположить, что размывание смыслов, «заражение» габитуса, реализующегося в социальном пространстве, ведет к дезориентации человека. Теперь медиа, вероятно, определяет бытие человека, то пространство, в котором он присутствует. Другими словами, поведение людей формируется во многом под влиянием медиа. Принадлежность индивида к тем или иным смыслам формирует его самого, формирует его коммуникативные техники, формирует те группы, в которых он существует.

Именно таким образом философствование дает новые пути к разрешению назревших проблем; сама философия приоткрывает потаенное и дает новую пищу для рассуждений. В частности, в ходе данного философствования получилось в виде набросков описать современное положение дел в социальном пространстве. Через определение габитуса и постепенный переход к социальному пространству удалось вырисовать некоторый вид медиасреды и тех механизмах, которые посредством СМИ порождают определенные проблемы в головах людей.

Итак, в данном случае философия помогла создать определенный концепт-набросок, который пестрит сложностями, нуждающимися в разрешении.

ФИЛОСОФИЯ КАК ОРГАНИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИИ В ОБЩЕСТВЕ

Ю. А. Шакирова

Сегодня можно говорить о том, что место философии в современном обществе изменилось. Если вспомнить историю России до Второй мировой войны, то можно сказать, что философия занималась образованием народных масс, излагала просветительские идеи. При помощи книг, телевидения, прессы проговаривались